

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Empiris dalam Keputusan Pembelian oleh Mahasiswa Universitas
Muhammadiyah Surakarta di Ella Skin Care)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

FAIZ AMAL AHMAD

B 100 140 075

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan di bawah ini telah membaca skripsi dengan judul:

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Empiris dalam Keputusan Pembelian oleh Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta di *Ella Skin Care*)

Disusun oleh:

FAIZ AMAL AHMAD

B 100 140 075

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 5 Februari 2018

Pembimbing Utama,

(Prof. Dr. Muhammad Wahyudin, M.S.)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

(Dr. Syamsudin M.M.)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **FAIZ AMAL AHMAD**
NIRM : **B100140075**
Jurusan : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI EMPIRIS DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA DIELLA SKIN CARE)**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 5 Februari 2018

Yang membuat pernyataan,



[Signature]
(FAIZ AMAL AHMAD)

MOTTO

Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya Sesungguhnya setelah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh urusan yang lainnya. Dan hanya kepada Allah SWT hendaknya kamu berharap.
” (QS. Al-Insyirohi: 6-8)

اعملوا فوق ما عملوا

“Berani hidup, tak takut mati. Takut mati, jangan hidup. Takut hidup, mati saja”.
(Pondok Modern Darussalam Gontor)

“Jangan khawatir ketika anda dicauhkan, tapi berjuanglah jadi layak dikenal”
(Abraham Lincoln)

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan karya kecil ini spesial untuk:

1. Allah SWT, yang telah menciptakan langit, bumi dan seisinya. Memberi kehidupan bagi manusia untuk menyembah kepada-Nya dan melaksanakan perintah-perintah-Nya. Semoga amalan-amalan sholeh yang kita lakukan diterima disisi-Nya. Seperti karya kecil ini semoga diberi pahala dan bermanfaat bagi orang banyak.
2. Nabi Muhammad SAW, sebagai uswah khasanah kita semuanya untuk menuntut ilmu dengan iman dan ikhsan. Sehingga mengingatkan kepada kita semua untuk selalu bersyukur dan ikhlas dalam menuntut ilmu.
3. Kedua orang tua saya Bapak Abdul Hafiedz dan Ibu Indriyatun yang selalu memberikan nasehat, semangat dan motivasi, serta doa yang selalu beliau panjatkan untuk saya.
4. Kakak dan adek-adekku M. Nidzomun Ni'am, Zid Amalia K, dan A. Syihab Wafiq yang selalu memberikan dukungan.
5. Rosita Dewi, yang selalu menemani dalam waktu suka maupun duka, selalu memberikan semangat, perhatian, dan membantu penulis dalam segala hal.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikumWr, Wb

Alhamdulillah, puji dan syukur senantiasa penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “**Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Empiris Dalam Keputusan Pembelian oleh Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta di Ella Skin Care)**”. Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk melengkapi dan memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Selama proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat kanbimbingan, arahan, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, untuk semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung dengan penuh kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Allah SWT atas segala rahmat, petunjuk, kekuatan, kesabaran, kemudahan dan segala nikmat-Nya yang tak pernah henti senantiasa dilimpahkan kepada hamba-Nya.
2. Prof. Dr. Sofyan Anif, M.Si, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Dr. Syamsudin, S.E, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Imronudin,SE., M,Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
5. Prof. Dr. M. Wahyudin selaku Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan dan nasihat dengan sabar selama proses penyusunan skripsi.

6. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberi bekal pengetahuan dan ilmu yang bermanfaat.
7. Seluruh Staff Tata Usaha dan Karyawan di Universitas Muhammadiyah Surakarta.
8. Kedua orang tua saya Bapak Abdul Hafiedz dan Ibu Indriyatun yang selalu memberikan nasehat, semangat dan motivasi, serta doa yang selalu beliau panjatkan untuk saya
9. Kakak dan adek-adekku M. Nidzomun Niam, Zid Amalia K, dan A. Syihab Wafiq yang selalu memberikan dukungan.
10. Rosita Dewi, yang selalu menemani dalam waktu suka maupun duka, selalu memberikan semangat, perhatian, dan membantu penulis dalam segala hal.
11. Novel idris, S.E, M.M, selaku asisten pembimbing yang memberi arahan dan pembelajaran kepada penulis hingga terselesaikan skripsi ini.
12. Teman-temanku Daimah, Aninda Kusuma, Adi Nugraha, Rizal, Yusman Effendi, Amalia Sholehah, Anisya Kholifah, Almira, Gemelli Milad, Ismed, Della, Dessy, Sari dll. Terima kasih atas semangatnya.
13. HEMa Manajemen FEB UMS yang telah memberikan banyak pengalaman dan menjadi keluarga bagi saya.
14. Almamaterku Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 5 Februari 2018

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori	8
1. Perilaku Konsumen	8
2. Keputusan Pembelian	13
3. Kualitas Produk	17
4. Persepsi Harga	20
5. Kualitas Pelayanan	24
B. Penelitian Terdahulu	26
C. Kerangka Pemikiran	29
D. Hipotesis	30

BAB III	METODE PENELITIAN	32
A.	Jenis Penelitian	32
B.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	32
C.	Data dan Sumber Data	35
D.	Metode Pengumpulan Data	35
E.	Desain Pengambilan Sampel	37
F.	Metode Analisis Data	38
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	45
A.	Gambaran Umum Perusahaan	45
B.	Deskripsi Data	46
C.	Uji Instrumen Penelitian.....	54
D.	Uji Asumsi Klasik	57
E.	Uji Hipotesis	59
F.	Pembahasan	63
BAB V	PENUTUP	67
A.	Kesimpulan.....	67
B.	Keterbatasan Penelitian	68
C.	Saran	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Menurut fakultas	48
Tabel 4.3	Deskripsi Responden Menurut usia.....	49
Tabel 4.4	Deskripsi Responden Menurut uang saku	49
Tabel 4.5	Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk	51
Tabel 4.6	Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Harga.....	52
Tabel 4.7	Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan ...	53
Tabel 4.8	Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Keputusan pembelian	55
Tabel 4.9	KMO and Bartlett's Test	56
Tabel 4.10	Rotated Component Matrix	57
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas.....	59
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinearitas.....	60
Tabel 4.14	Hasil Uji Heterokedastisitas	60
Tabel 4.15	Koefisien	61
Tabel 4.16	ANOVA	62
Tabel 4.17	Ringkasan Model	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	10
Gambar 2.2 Model lima tahap keputusan pembelian konsumen	15
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	31

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Data Penelitian
Lampiran 3	Deskripsi Responden
Lampiran 4	Hasil Pengujian Validitas
Lampiran 5	Hasil Pengujian Reliabilitas
Lampiran 6	Hasil Pengujian Asumsi Klasik
Lampiran 7	Hasil Pengujian Regresi

ABSTRAK

Industri skin care yang semakin berkembang tentunya didorong oleh tingkat kebutuhan masyarakat akan perawatan kulit. Sehingga perusahaan perlu memahami keinginan dan kebutuhan konsumen serta menentukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat bertahan dan memenangkan persaingan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk, persepsi harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah melakukan perawatan dan membeli produk Ella *Skin Care*. Teknik *Sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *convenience sampling* dengan mengambil sampel 100 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu studi lapangan dengan penyebaran kuesioner secara personal. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2). Hasil yang diperoleh dari penelitian ini memiliki beberapa temuan. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Persepsi harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan secara simultan kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi yang diberikan (*Adjusted R²*) sebesar 34% dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Persepsi Harga, kualitas pelayanan, dan Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Skin Care industry is growing certainly encouraged by the level of community needs for skin care. So companies need to understand the wants and needs of consumers and to determine appropriate marketing strategies in order to survive and win the competition. This study aims to determine how the influence of product quality, price perception, and quality of service on purchasing decisions in Ella Skin Care. The population in this study were all students of Muhammadiyah University of Surakarta who has been performing maintenance and purchase products Ella Skin Care. Sampling technique that used in this study is convinience sampling by taking a sample of 100 respondents. Data collection method used is a field study with questionnaires personally. The analysis used in this study is to test the research instrument, the classical assumption test, multiple linear regression analysis test, t test, F test and the coefficient of determination (R^2). Results obtained from this study has several findings. Products Quality has positive and significant influence on purchasing decisions. Price perceptions has negative and significant influence on purchasing decisions. Service of quality positive and significant influence on purchasing decisions, and simultaneously the quality of the product, price perceptions and service quality have a significant influence on purchasing decisions with the contributions made (Adjusted R^2) by 34% and the rest is explained by other variables.

Keywords: Produk Quality, Price Perception, Service Quality, and Purchase Decisions